

TINJAUAN PUSTAKA

6. Uraian Referensi/ Teori Dasar Terkait Komoditi, Konsentrasi, Model Bisnis Dan Informasi Tentang Industri Yang Akan di Hadapi Dalam INTERNSHIP

Mentimun (*Cucumis sativus* L) termasuk tanaman labu-labuan dan merupakan komoditas potensial walaupun belum dapat dikembangkan menjadi komoditas utama. Mentimun termasuk produk hortikultura yang permintaan pasarnya saat ini cukup tinggi, dimana buahnya dapat di konsumsi langsung tanpa diberi perlakuan tertentu. Harga untuk mentimun pada saat ini berkisar 3.000 - 5.000 rupiah dengan kriteria buah panjang, kulit bewarna hijau pekat serta berat pada 3 buah tidak boleh lebih dari satu kilogram. Untuk memperoleh kriteria buah seperti itu, dibutuhkan benih yang baik agar dapat mendukung para petani memproduksi buah yang sesuai dengan pasar dan mengurangi buah yang rusak saat dilakukan penyortiran.

Menurut Girsang (2019) benih merupakan sekumpulan biji yang terdapat pada tanaman dan digunakan sebagai keperluan dalam pengembangan usaha tani untuk mencapai produksi secara maksimal. Dalam melakukan usaha tani, petani dituntut agar dapat memilih benih unggul yang kebal terhadap penyakit, baik yang diakibatkan oleh jamur, bakteri maupun virus. Dengan demikian petani dapat mengurangi sortiran buah rusak yang diakibatkan oleh sebuah penyakit, serta dapat memenuhi kriteria pasar baik dari segi ukuran maupun dari warna.

PT. Benih Citra Asia atau yang lebih dikenal dengan Bintang Asia adalah sebuah perusahaan lokal yang bergerak dalam industri perbenihan tanaman pangan dan hortikultura. Salah satu produk benih yang diproduksi adalah mentimun varietas Monas F1 dengan kriteria panjang buah 20-30 cm, buah berwarna hijau pekat, dan tahan virus. Produk benih Monas F1 masih belum banyak dikenal oleh para petani, dikarenakan Monas F1 baru saja *launching* atau dipasarkan secara komersial. Oleh karena itu, perusahaan Bintang Asia mengenalkan produk benih ini terlebih dahulu atau mempromosikannya kepada para petani agar mereka mengenal karakteristik dan keunggulan tanaman mentimun varietas Monas F1 tersebut.

Strategi pemasaran merupakan langkah-langkah upaya perusahaan dalam mengembangkan pasar dan meningkatkan volume penjualan suatu produk. Strategi pemasaran juga digunakan perusahaan dalam menghadapi pesaing dengan melakukan identifikasi pesaing sehingga strategi pemasaran yang dimiliki perusahaan semakin efektif (Mu'ien, 2014). Dengan adanya strategi pemasaran, perusahaan Bintang Asia dapat mempromosikan Monas F1 secara luas agar petani tertarik untuk mau mencoba atau menggunakan produk, serta dapat bersaing dengan produk kompetitor.

Strategi pemasaran yang mampu mendukung dalam memasarkan produk serta memperluas pasar adalah *marketing mix* (bauran pemasaran). Bauran pemasaran merupakan sekumpulan alat yang digunakan perusahaan dalam mencapai tujuan pemasaran sesuai dengan sarannya. Dengan demikian, perusahaan dituntut untuk dapat memenuhi keinginan petani dalam memperoleh benih yang meenjamin tanaman budidaya dapat tumbuh dengan baik dan hasil yang maksimal. Bauran pemasaran dimulai dari pemenuhan produk (*product*), penetapan harga (*price*), pengiriman barang (*place*), dan mempromosikan benih (*promotion*) dengan tujuan menciptakan kepuasan konsumen (Rachmawati, 2011).